



Responsables:

Juan Pablo Torres Castillo

Ivan Dario Ortega

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Creación de empresas

Asesor:

Luis Alejandro Díaz Zabaleta

Bogotá D.C.

Abril de 2020

ABSTRAC

NOVA FIT contributes to the joining of the professional work of independent personalized trainers with the current communication and technological paradigm. Based on the Internet, NOVA FIT allows the establishment of a Labor Network with feedback processes that provide high quality standards in the different trainings; in addition to the positive implications of promoting healthy lifestyles and physical activity on the quality of life of the population.

Palabras clave: Entrenador personalizado, red laboral, aplicación móvil

INTRODUCCIÓN

“Al igual que la imprenta de Johann Gutenberg contribuyó a modificar decididamente, a mediados del siglo XV, los patrones culturales del mundo occidental, en la actualidad nos encontramos ante un medio, Internet, que no nos cabe ninguna duda de ello tendrá –tiene– una gran importancia en la configuración de la cultura y la educación del siglo en el que ahora nos encontramos, y que posiblemente en el futuro sea contemplado como un paradigma comunicativo que tuvo un impacto decisivo en el devenir histórico” (Gómez, J., 2008)

NOVA FIT espera aportar al empalme del quehacer profesional de los entrenadores personalizados independientes con el paradigma comunicativo y tecnológico actual. Apoyándose en Internet, NOVA FIT permite establecer una Red Laboral con estándares de calidad; además de las implicaciones positivas que trae el fomento de los estilos de vida saludable y la actividad física sobre la calidad de vida de la población.

En la Red Laboral, se quiere fortalecer el mecanismo de vinculación (contrato) entre el cliente y el servicio y/o prestador del servicio, para fomentar un crecimiento laboral de la rama independiente con estándares adecuados, junto a esto una prestación de servicio con altos rangos de calidad para los clientes (entrenados).

Además, ser una aplicación para móviles celulares permite el gran impacto e interacción con nuestros clientes ya que como lo menciona (Rodríguez, J.2017) “el 79% de los colombianos que acceden a servicios de internet lo hacen



preferiblemente desde sus teléfonos móviles.” Para acudir a las necesidades de nuestros dos perfiles de clientes, NOVA FIT presenta dos versiones; **NOVA FIT Trainers** para Entrenadores (prestador del servicio) y NOVA FIT para usuario o entrenados (cliente).

Cada versión tendrá herramientas que permitirán una experiencia de alta calidad profesional en cada entrenamiento; basadas en sistemas de retroalimentación de información. Y al ser un aplicativo para móvil/celular, el fácil acceso y la gran interactividad logra establecer tendencias con parámetros de personalización (modelo point – casting) para la presentación de la información. (Orihuela, J., 2002); además estas funcionalidades específicas ofertadas; adicionales, aprovecharán esta retroalimentación para contribuir al principio de individualización en el entrenamiento.

LOGO



SLOGAN

BUSCA, DESCUBRE Y DISFRUTA.

Lo que expresa NOVA FIT a través de su logotipo es la facilidad y el avance de la humanidad para adquirir algo que muchos consideran una necesidad (entrenamiento, deporte o actividad física) de forma innovadora al alcance de todos. En cuanto a los colores empresariales nova fit tiene 4 colores principales los cuales son y representan.

- ROJO: El color rojo representa el poder y la ambición que abarca este gran proyecto.
- BLANCO: Principalmente representa la facilidad y sencillez, que claramente se quiere evidenciar en la facilidad del uso de la aplicación.



- **NEGRO:** refleja el misterio del progreso y la innovación que puede llegar a alcanzar la marca.
- **AZUL:** Muestra el avance a nivel tecnológico o la inteligencia del ser humano para crear herramientas tecnológicas.

MISIÓN

NOVA FIT busca facilitar la vinculación; de con altos estándares de calidad, entre entrenadores personalizados independientes y usuarios interesados en realizar actividad física apoyados. Todo esto apoyado en la tecnología (internet, celular) para causar un doble impacto; desarrollo laboral para los entrenadores y permear en los diferentes estilos de vida de los usuarios. Impulsando con más efectividad hábitos de vida saludable que reduzcan los índices de sedentarismo mejorando la percepción de calidad de vida de los usuarios.

VISIÓN

NOVA FIT para el año 2026 se proyecta como empresa líder en mejorar la salud y el bienestar mediante la aproximación, retroalimentación y vinculación a los programas de entrenamiento, acondicionamiento físico o actividades fitness de la ciudad. Con el apoyo tecnológico de la app esperamos lograr una gran expansión que abarque las principales actividades recreo deportivas y gran porcentaje de entrenadores independientes en la ciudad, lo cual permite mayor interacción entre la oferta y demanda, en el mercado de la actividad física y el entrenamiento. Esto abre la posibilidad de expandir el proyecto a otras metrópolis o ciudades del país; e incluso adicionar al proyecto más profesiones de la salud que se puedan asociar a la actividad física (nutricionistas, facilitadores, entre otros)

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTAS



La Universidad Santo Tomás a través de su política curricular (2004) dejan explícito el ideal humanista que plantea la Universidad, y que orienta el desarrollo de la presente propuesta de negocio por medio de objetivos que encuadran de manera decisiva este concepto; el objetivo final es logra una aproximación de los entrenadores y entrenados a una realidad más acorde a esta concepción.

La relación de con la visión humanista de la Universidad Santo Tomas inicia al intentar entender la vida humana. El entrenador independiente tendrá la posibilidad de negocio rentable, al mismo tiempo que su entorno social se desarrolle; específicamente el laboral, para posibilitar una vida digna y favorable.

Por otro lado, para los entrenados es fundamental recibir un servicio de gran calidad, con lo que se pueda garantizar su seguridad al momento de realizar su entrenamiento y la efectividad del mismo para su estado de salud; mejorando su calidad de vida. Con lo cual estaremos aportando al desarrollo integral del ser humano dentro de la visión humanista de la universidad.

Más que un impacto ilusorio fundamentado desde lo teórico en lo humanista es negocio rentable y evidente donde la mayor proyección de éxito se encuentra en prestar un servicio que mejorará la calidad de vida de los dos grupos poblacionales que conforman nuestra segmentación de mercado. Su interacción recíproca por medio de nuestra APP favorecen el desarrollo a gran escala del campo de la actividad física y el entrenamiento; y a todos sus participantes.

Santo Tomás de Aquino, expone que el desarrollo de todas dimensiones del ser humano está argumentado en la dignidad adquirida por la semejanza con dios esto es claro en el diálogo crítico entre razón y fe (Universidad Santo Tomás, 2004). Las reflexiones surgidas de esta concepción enriquecen nuestros ideales como empresa pues permite, con el tiempo, la maduración y estructuración de la misma. Esto permite la creación recurrente de nuevas acciones que apuntan a la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes junto al desarrollo social de los participantes.

Trascendental ha sido la historia, que se ha logrado perpetuar en el tiempo gracias a campos como lo es el dibujo, el lenguaje, la música, etc como tal; el ser emprendedor permite generar cambios, modificaciones, reflexiones actuales e integrales de un campo que ofrece tantas oportunidades de investigación; la actividad física y el entrenamiento. Este proceso brindará nuevas perspectivas que ayudaran al enriquecimiento de la humanidad en futuras generaciones.



MARCO REFERENCIAL

La estrategia fundamental para NOVA FIT es lograr aproximar toda su red laboral a las exigencias legales de su accionar profesional, específicamente en el caso de los indicadores que dan validez a los tipos contratos en la forma de prestación de servicios; buscando una mejora sustancial en la calidad del servicio y en el desarrollo económico del campo de entrenadores independientes.

Para ellos debemos entender cómo se define a los trabajadores independientes antes la ley; en este caso dada por el **Código Sustantivo del trabajo**:

ARTICULO 34: CONTRATISTAS INDEPENDIENTES.

1) Son empleados independientes y, verdaderos empleadores, las personas que pacten la realización de un servicio por un costo determinado por ambas partes. El contratista independiente asume todos los peligros, lo ejecuta con sus medios seleccionados y con independencia técnica. El beneficiario del trabajo será solidariamente garante con el contratista por el valor acordado anteriormente.

Al pensar en constituir NOVA FIT como empresa líder; claro esta después de la consolidación de la app, se debe conocer el proceso que se debe realizar. En Cámara de Comercio se debe enseñar el documento de identidad original y así obtener el reconocimiento como persona jurídica. Después de esto se anexa el documento donde se relaciona el registro único tributario RUT; además de establecer la carátula única empresarial. Las diferentes consultas virtuales exigidas son: el uso y la actividad del suelo y nombre del establecimiento.

El documento para la constitución de la empresa será un manuscrito de conformacion por medio de un documento exclusivo bajo la figura S.A.S. guiándonos por los requerimientos dados en la ley 1258 de 2008. Al concluir el proceso se presentan todos los documentos mencionados primeramente en la Cámara de Comercio en la ciudad; se debe realizar el pago los derechos de la Matrícula Mercantil.

El futuro de NOVA FIT reposa en un establecimiento de comercio más que en un centro de acondicionamiento físico. Por lo tanto, se relaciona el marco referencias de la constitución del mismo.

LEY 232 DE 1995 (DICIEMBRE 26)



“...SE ESTABLECEN LINEAMIENTOS PARA LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES”.

En el artículo # 2 se mencionan las disposiciones obligatorias los establecimientos accesibles al público

- a) Debe tener todos los requisitos para obtener la certificación entregada por la entidad gubernamental respectiva. Los individuos interesados deberán solicitar esta certificación en la entidad que su territorio (ciudad, municipio, etc).
- b) Los requisitos sanitarios presentadas en la Ley 9ª de 1979 y reglas actuales sobre esto deben cumplirse en totalidad
- d) En la cámara de comercio.debe estar siempre actualizada la matrícula mercantil.
- e) Informas la inauguración o apertura del establecimiento a las entidades de planeación pertinentes.

Artículo 3º Se podrán examinar el riguroso cumplimiento de las normas señaladas anteriormente por parte de alguna entidad policiva.

Artículo 4º El Código Contencioso Administrativo, tiene penalidades para quien incumpla las reglas del artículo 2º de esta ley:

1. Se establecen 30 días calendario máximo para que incorpore los lineamientos que hagan falta.
2. Por cada día de incumplimiento se impondrá un sanción económica de 5 salarios mínimos mensuales a los locales que no cumplan con las normas.
3. Suspensión temporal hasta de 2 meses para las acciones ejecutadas en el local, para que establezcan y logren con las cláusulas conforme a la ley.
4. Pasados 2 meses de sanción si se observa que las disposiciones contenidas en la presente ley, no se cumplen se procede a un cierre rotundo del establecimiento de comercio, o hasta cuando se perciban los requisitos presentados por la ley.

Este establecimiento tendrá como principal función el fomento de la actividad física y en la ley se encuentra la siguiente regulación:

LEY 181 DE 1995. (Artículo 81)



Por la cual se crea el sistema Nacional del deporte y dictan al condiciones para la promoción el aprovechamiento del tiempo libre, el deporte, la recreación y la educación física.

Artículo 81. La autorización y monitorea de los establecimiento o entidades que realicen o trabajen en deporte o áreas cercanas será realizado por los organismos deportivos municipales. Dentro de su monitoreo deben velar por que las condiciones sean óptimas en salubridad corresponde; además de su metodología.

La ley 1014 de 2006. Esta ley desencadena que se incluya directamente la educación universitaria que posee un rol fundamental en promover el emprendimiento, esto estimulará individuos excelentes en el campo que propongan respuestas a los retos surgidos en las diferentes dimensiones de nuestra sociedad.

La sustentación de un paradigma comunicativo fuertemente influenciado por la red Internet y su acceso móvil permite utilizar sus nuevas visiones e interpretaciones a diferentes campos de la sociedad; para nuestro caso legal y comercial. Para lograrlo NOVA FIT se soporta en lo siguiente:

Ley Estatutaria 1581 de 2012, disposiciones generales para la protección de datos personales.

Esta Ley describe la obligatoria condición de poder ver y retroalimentar datos almacenado sobre cualquier persona sea privados o públicos. Su cobertura está limitada al estado colombiano y a acuerdos internacionales que determinan su validez...”. (Rodriguez, J., 2017)

Por medio de la cual se reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico. Congreso de la república, 1999.

Un mensaje de datos llegan a tener validez de carácter jurídico cuando se identifique en ellos los siguientes requisitos los cuales presentamos a continuación:

- Poder identificar el autor del mensaje de datos y evidenciar su voluntaria participación en la conversación.
- Un mensaje de datos tiene completa validez legal cuando su contenido se conserva sin alteraciones de ningún tipo.

Los mensajes de datos como prueba de un vínculo laboral tienen admisibilidad y fuerza probatoria ante un juez. Esto está descrito en el **“Cap. VIII del título XIII, sección tercera, libro segundo del Código de procedimiento Civil”**.



Para la valoración como prueba del mensaje de datos se someterá la evidencia a los mismos procedimientos de valoración ejecutados en todas la pruebas legales.

Cuando sea imprescindible la protección de un mensaje de datos, deberá poder ser visualizado su contenido original en cualquier momento, con el formato y contenido inalterado. (Rodríguez, J., 2017)

El aporte de NOVA FIT es brindar a los involucrados dentro del contrato de prestación de servicios (entrenador y entrenado) una evidencia de este vínculo laboral que pueda ser sustentado legalmente y todo lo que esto implica.

Modelo de Negocios

NOVA FIT es una aplicación (APP) disponibles para Android encargada de facilitar el vínculo entre apasionados por el deporte o el ejercicio físico y profesionales del entrenamiento físico deportivo y la salud; diseñada para derribar barreras como la baja protección legal para los entrenadores. Algunos analistas del tema como (Ochoa, 2018) presentan la urgencia de tener con una legislación con miras a lograr la seguridad y mejores reconocimientos a su profesión.” (p.106) NOVA FIT acopla las necesidades legislativas de la profesión de entrenador o Trainers en un recurso legal; el contrato laboral. Además, conecta este recurso legal a las normas legislativas del comercio virtual por medio de una App para dar fuerza argumentativa legal y comercial en su regulación (precios, garantías, requerimientos, etc).

Esta regulación ejercida por NOFA FIT en el comercio de la actividad física; apoyada por los recursos legales nombrados (contrato laboral y comercio de datos en App), sobre el quehacer profesional de los entrenadores permite que: primero, el entrenado o usuario tenga la seguridad de que sus entrenadores o trainers son debidamente certificados como profesionales. Y segundo: el fácil acceso a la información de actividades promocionadas por los diferentes trainers abre la posibilidad de conocer nuevas formas de entrenamiento, deportes y tendencias fitness; y al igual que entrenador se encuentran protegidos legalmente.

Como herramienta fundamental para el emprendimiento el uso de aplicativos es relativamente nuevo. Su estructura establece relaciones y necesidades con la relación empresario – cliente, y esto da base al comportamiento financiero de la compañía junto al desarrollo del aplicativo.

NOVA FIT converge dentro de dos diferentes modelos para el éxito del negocio. El primero es la publicidad; determinando precios para la publicación de servicios, y el



In-app Purchase, oferta (venta) de funciones extra para maximizar la experiencia del entrenamiento.

Uno de las barreras para que la interacción oferta – demanda de los servicios de entrenamiento personalizado en la modalidad de independiente es la carencia de una plataforma, un espacio publicitario serio, y confiable, para la divulgación de ofertas de entrenamiento. NOVA FIT en el proceso de establecer la mejor red laboral en el campo de la actividad física, desarrollará un espacio publicitario atractivo, confiable e innovador para la presentación de esta información comercial. Estrategia que será monetizada al regular su tiempo de publicación y el asesoramiento para la creación de la publicidad.

Bajo el modelo In-app Purchase el cliente puede comprar funciones extras que la misma app NOVA FIT ofrece. De este modelo se espera la mayor fuente de ingresos para la app. Las funcionalidades extra esta enfocadas a facilitar los diferentes principios del entrenamiento personalizado como el seguimiento, la individualización, la valoración física, la periodización, la progresión, entre otros; en primera medida apoyada con un sistema de registro de información (base de datos) y un sistema de realimentación de estos datos (estadísticas). Todas estas funcionalidades son reunidas en grupos llamados “planes” que son la presentación en que el cliente lo adquiere.

Con esto a la influencia de NOVA FIT en el comportamiento mercantil del usuario, el ser una aplicación para celular, se espera sea positiva y genere un negocio rentable con posibilidades de expansión. La interacción permitida entre la app y la vida diaria del usuario genera estrategias de presentación de información y productos; basado en el modelo de publicidad point – casting personalización ajustada a los objetivos o gustos del entrenador/trainer y el entrenamiento haciendo cada vez más atractiva su funcionalidad influenciado positivamente las ventas

CAPITULO I: SEGMENTOS DE MERCADO

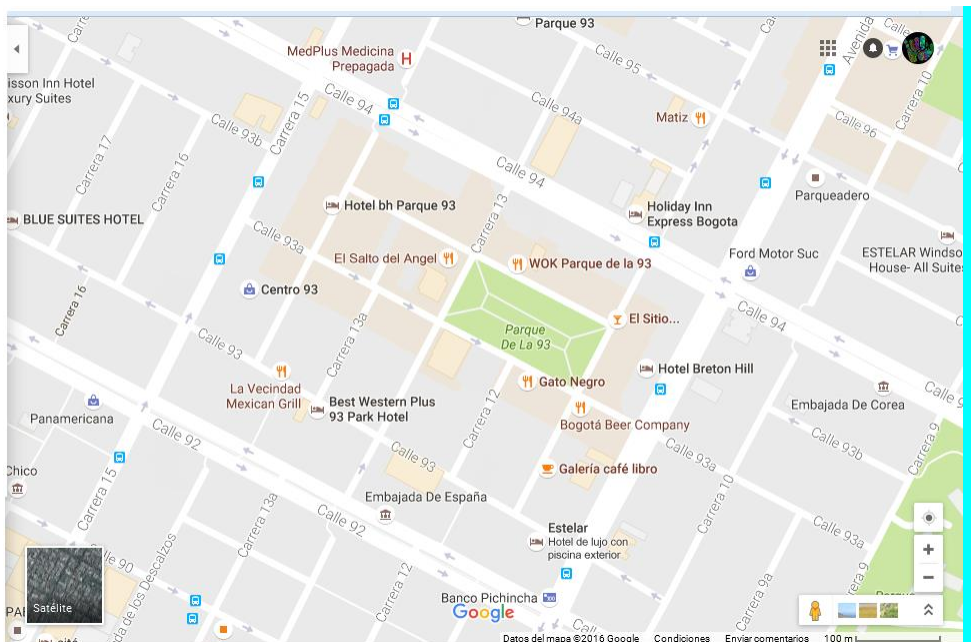
Para el desarrollo comercial de la aplicación se identifican claramente dos segmentos poblacionales que están determinados por los roles que tiene dentro de mercado de entrenamiento físico personalizado. Los dos roles y clientes para NOVA FIT, a los cuales se enfocará nuestro producto son 1.) El entrenador independiente y 2.) El Entrenado.

Al identificar establecimos que un comportamiento comercial respondiendo un segmento de mercado basado en una plataforma multilateral de clientes es lo correcto. Nuestros clientes son interdependientes, dentro de un sistema que busca



Se espera seguir la línea exitosa de algunas grandes empresas que basan su comportamiento comercial a un segmento de plataforma multilateral pues al reducir los costes de búsqueda o los costes de transacción (o ambos) los clientes reconocen la eficiencia y eficacia de nuestro servicio; posicionando nuestra marca con altos estándares de calidad.

NOVA FIT espera lograr un impacto en toda Bogotá, pero identifica zonas específicas en donde su mercado se puede desarrollado con excelentes resultados. Teniendo en cuenta estos análisis se seleccionó la localidad de chapinero como sector donde se ubicará la oficina central de NOVA FIT que por sus características demográficas puede garantizar el éxito en sus primeras fases del proyecto comercial que se establece con la App.



La localidad de Chapinero predomina la clase socioeconómica alta: El 45,8% de predios son de estrato 6 y ocupa la mayor parte del área urbana local, el 30,8% pertenece a predios de estrato 4, el estrato 5 representa el 11,7%, Esto facilita una gran accesibilidad a la aplicación pues las condiciones socio-económicas del gran porcentaje de la población de Chapinero permiten un comportamiento mercantil favorable para la aplicación.

El IDRD (Instituto Distrital de Recreación y Deporte) realizó una observación estadística para determinar el nivel de actividad física en esta localidad en 2010, hallando que el 67,21% de la localidad tiene tendencia al sedentarismo, por lo cual se establece un gran campo de acción o influencia de los entrenadores personalizados para cambiar esta situación.

Atractivo que se fortalece al encontrar un 41,33 % de niños y jóvenes mayores de 13 años practican deporte en esta localidad, porcentaje que significa una gran base de clientes directos potenciales para lograr un impulso y estabilidad inicial del proyecto. Claro está que el funcionamiento de app se extiende en todo el territorio bogotano, pero es la localidad de Chapinero la primera zona donde podemos explotar el potencial de este mercado de la actividad física y entrenamiento.

CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR

Identificada la población se presentarán dos versiones del aplicativo. Una para Entrenadores y otra para “Usuarios” – posibles clientes, conectados por una interfaz en común y discriminación geográfica (esto apoyado en el Gps) – modelos de presentación tipo plataformas de transporte UBER, PICCAP, etc.





Esto un beneficio es de carácter gratuito pues se encuentra dentro de las funcionalidades básica de las dos versiones junto a la visualización de publicidad y la evidencia legal de posibles vínculos laborales por medio del comercio de datos.



Sería una innovación pues se empalma criterios de publicidad (información de la actividad y el entrenador, localización y fecha del evento, etc.) con criterios de marketing como el impacto de gran escala en población. Y el internet permite que sea en tiempo real por el criterio de inmediatez. Y encontrar así actividades de interés.

Los Clientes en este caso son interdependientes: al aproximar al interesado de hacer ejercicio físico (demanda), al entrenador profesional (oferta) de manera inmediata espera generar vínculos laborales entre el entrenador y usuarios más concretos; apoyados en una app que realiza procesos de retroalimentación y registro.





Al ser nuestra forma de contacto la aplicación en el celular, se intenta impactar más en el cliente en términos de facilidad de acceso e interacción con la app. En caso de usuario, interacción motivacional para adquirir hábitos de vida sanos con actividades basadas a en la actividad y ejercicio físico.

En caso del entrenador como estrategia comercial y herramientas sustantiva para el proceso de retroalimentación y ejecución de la sesión de clase. Representada en el desarrollo económico y profesional del campo de entrenadores independientes o personalizados. Todo esto enmarcados en planes específicos cada uno con funcionalidades de más especificidad de acuerdo a los requerimientos del entrenador/Trainers o su entrenado.

Plan	Geolocalización	Evidencia vínculos laborales	Publicidad Estandar	Registro comercial	Registro Indicadores físicos	Publicidad personalizada	Análisis de registros comerciales y de indicadores físicos genericos del entrenamiento	Retroalimentación de indicadores específicos del entrenamiento (F.C. , Gasto calorico, etc) apoyado en herramientas adicionales
Basico	x	x	x					
Premium	x	x	x	x	x			
Gold	x	x	x	x	x	x	x	
Elite	x	x	x	x	x	x	x	x

Al iniciar una actividad comercial en el campo de la actividad físicas desarrollando y estimulando la modalidad laboral como independientes debemos establecer nuestra competencia directa que en este caso son las instituciones o empresas donde los entrenadores son contratados institucionalmente por medio de un contrato laboral. Los principales competidores de nuestra marca son entonces:

Gimnasios Bodytech: Los diferentes precios que ofrece su marca estan relacionados acontinuacion:

1. Tarjeta de cortesía \$500.000
2. 1 mes \$120.000 pero no tiene derecho al personal trainer.



3. 12 sesiones de entrenamiento personalizado \$1'400.000
4. 8 sesiones de entrenamiento personalizado \$1'000.000
5. 4 sesiones de entrenamiento personalizado \$850.000

Gimnasios HARD BODY: Los diferentes precios que ofrece su marca estan relacionados acontinuacion:

1. Tarjeta de cortesia \$700.000
2. 1 mes \$120.000 pero no tiene derecho al personal trainer
3. 12 sesiones de entrenamiento personalizado \$1500.000
4. 8 sesiones de entrenamiento personalizado \$1200.000
5. 4 Sesiones de entrenamiento personalizado \$800.000

NOVA FIT propone 5 aspectos que mejoren la calidad del servicio con el fin de brindar mayor bienestar y satisfacer la necesidad de sus clientes:

- Será creará una red laboral con altos estándares de calidad y con soporte legal de la vinculación laboral favoreciendo en desarrollo del mercado de la actividad física y el entrenamiento.
- Se garantizará un proceso con asesoría profesional en el área de la actividad física y la salud.
- Será garantizará la planificación estructurada, con objetivos y metas a corto, medio y largo plazo.
- Utilización de instrumentos tecnológicos (polar, bio-impedancia, etc.) y técnicas nuevas para mejorar la calidad del servicio en términos de diagnóstico, progresión de la carga y adaptación al ejercicio.
- Se creará una comunidad NOVA FIT donde se puedan socializar los resultados, los progresos, nuevas actividades fitness para aumentar los niveles de adherencia a la actividad física y el entrenamiento.

CAPITULO III: CANALES



Cuando se habla de APP o aplicaciones móviles es necesario hablar de las tiendas virtuales que es donde se realiza la compra o descarga de aplicaciones, estas van acuerdo al sistema operativo de cada dispositivo. Si el dispositivo posee sistema operativo android la tienda virtual será play store y si el dispositivo es IOS la tienda virtual será AppStore. Primeramente, NOVA FIT quiere utilizar la tienda virtual play store; y evaluando el éxito o fracaso al pasar dos meses se tomará en cuenta la posibilidad de crear la App para un formato IOS.

NOVA FIT tiene como su principal canal de distribución entonces el canal virtual complementado con anuncios online pagados en redes sociales o páginas web y la comisión de ventas por referidos, de esta manera se pretende desarrollar e impulsar nuestra marca.

Por medio de estos canales se busca generar un comportamiento mercantil constante y rentable, que proporcione a nuestros dos perfiles de clientes la seguridad de que su rol en este mercado sea valorado, y protegido. En donde se pueda; continuamente, calificar su funcionamiento para cada vez optimizar más la red laboral establecida por NOVA FIT.

Para que NOVA FIT se mantenga y compita en el sector se tienen pensadas varias actividades para el futuro como:

- Reconocer públicamente los logros individuales de nuestros trainers, además de reconocer los logros de los entrenados a través de la generación de una comunidad social fuerte e influyente en el mercado de la actividad física y el fitness.
- Buscar alianzas estratégicas con diferentes empresas o instituciones
- Generar un espacio de constante actualización y crecimiento académico para los entrenadores/Trainers por medio de herramientas académicas como la capacitación diplomados, entre otros.

CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

Según la revista (BBC News en 2018) Colombia se encuentra tercero en las naciones latinoamericanas con más sedentarismo exactamente el 44%)(BBC, 2018.p.1), de este modo se puede entender también que en el territorio donde se desarrollará la app (Colombia) existe un porcentaje de 56% colombianos que realizan actividad física regular lo que establece un campo de mercado amplio para NOVA FIT.



La creación de una comunidad que promocioe y divulgue las diferentes actividades fitness permitirá una mayor interacción entre los clientes de NOVA FIT para influenciar en una mayor adherencia a los programas de entrenamiento por parte de los entrenados; y por parte de los Trainers una mayor valoración de su trabajo al nivel social.

El primer Contacto que se realizará con cada uno de los clientes es por medio de la app.

Para el perfil de entrenado se escoge el entrenador/trainer que más se encuentre acorde a sus objetivos. Siempre se realiza la Identificación del profesional del entrenamiento o la salud que prestará el servicio, de esta manera brindar confiabilidad acerca del servicio que tomará. Después de la primera sesión y conforme a la decisión del entrenado se procederá a concretar el vínculo acordado entre las dos partes por medio de un registro online. El registro comercial permite evidenciar las diferentes transacciones ejecutadas para obtener el servicio acordado lo que permite un relación administrativa y financiera con el entrenado más allá de la publicidad.

Para el trainer/entrenador el control de un entrenamiento 100% personalizado bajo las plataformas online y el constante contacto con cada uno de los individuos de la población a intervenir, permite que los objetivos de entrenamiento tengan una gran posibilidad de éxito; pues puede interactuar con diferentes campos asociados (nutrición, actividades de ocio, entre otras) para potencializar el efecto de una adecuada planificación del ejercicio sobre su usuario. Todo esto enriquece el perfil del entrenador/trainer y lo conduce a una continua retroalimentación y capacitación.

CAPITULO V: INGRESOS

El comportamiento de los ingresos de la empresa está fuertemente vinculado a la estrategia de marketing donde se busca una difusión por medio de la presentación y exposición de NOVA FIT en eventos trimestrales en las diferentes instituciones que forman a los profesionales en el entrenamiento; estableciendo un vínculo directo con uno de los dos segmentos de mercado objetivo, a los que denominamos Trainers. Este vínculo se espera sea acompañado por una difusión proporcional en el segmento poblacional al que denominamos “entrenado” pues todos estos eventos serán presentados para ellos en las diferentes redes sociales como estrategia de publicidad adicional.



Debemos tener claro que la estrategia de marketing para la presentación del producto en los diferentes escenarios académicos comenzara 2 meses (Noviembre – diciembre) antes del lanzamiento oficial de NOVA FIT, con esto se espera que el comportamiento mercantil sea favorable y estable desde el comienzo.

Los 4 planes ofertados por NOVA FIT, sus egresos por la adquisición por unidad y la proyección de ventas para el primer mes se encuentra relacionada a continuación:

INGRESOS PROYECTADO MENSUAL			
REFERENCIA	SERVICIO	Valor Unitario	Promedio/venta
P/B	Plan Basico (Descarga)	\$ 6.900	50
P/M	Plan Medio	\$ 100.000	50
P/E	Plan Elite	\$ 180.000	50
P/G	Plan Gold	\$ 240.000	30
TOTAL INGRESO		526.900	180
Promedio de Costo			131.725
Promedio uni Venta			45

El precio promedio de los planes que traen las funcionalidades especificadas en las proposiciones de valor tiene un valor promedio de \$131.725, precio muy atractivo por toda la influencia en los componentes de la planificación de los programas a las que contribuye NOVA FIT (individualización, adherencia, progresión, etc.). Teniendo en cuenta que los servicios complementarios son indispensables para el entrenamiento; y que su funcionamiento influye fuertemente en el resultado de los objetivos de los entrenados, se pronostica una acogida y adquisición favorable.

Debemos tener en cuenta que estas funcionalidades y sus costos son agregadas al precio que el entrenador estipula para su servicio, el cual oscila entre 600.000 a \$800.000 por 12 sesiones al mes. Comparándolo con los precios de la competencia es muy atractivo pues un entrenamiento personalizado de 12 sesiones con seguimiento específicos de indicadores fisiológicos (plan elite de NOVA FIT) se encuentra en un precio promedio \$840.000, lo que reduce \$560.000 al precio del servicio en la competencia.

Teniendo en cuenta nuestros canales comerciales, nuestras innovaciones, nuestras proposiciones de valor, el espectro poblacional al cual logramos acceder por ser una app móvil que utiliza internet, y las diferentes estrategias trimestrales de publicidad propuestas para su primer año de funcionamiento establecimos una proyección de venta que responde a estas acciones. La proyección de ventas



responde principalmente entonces a lo eventos de publicidad trimestrales y sus beneficios como la confiabilidad y solides en la imagen de nuestro producto al ser asociado a instituciones educativas de educación superior. Por lo tanto, se relaciona a continuación la proyección de ventas respondiendo a estas acciones:

INGRESOS EMPRESA												
PROYECCION VENTAS												
Ingreso Operación	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
		10%	10%	10%	15%	15%	15%	20%	20%	20%	20%	20%
Plan Basico	\$ 345.000	\$ 379.500	\$ 417.450	\$ 459.195	\$ 528.074	\$ 607.285	\$ 698.378	\$ 838.054	\$ 1.005.665	\$ 1.206.798	\$ 1.448.157	\$ 1.737.788
Plan Medio	5.000.000	\$ 5.500.000	\$ 6.050.000	\$ 6.655.000	\$ 7.653.250	\$ 8.801.238	\$ 10.121.423	\$ 12.145.708	\$ 14.574.849	\$ 17.489.819	\$ 20.987.783	\$ 25.185.340
Plan Elite	9.000.000	\$ 9.900.000	\$ 10.890.000	\$ 11.979.000	\$ 13.775.850	\$ 15.842.228	\$ 18.218.562	\$ 21.862.274	\$ 26.234.729	\$ 31.481.674	\$ 37.778.009	\$ 45.333.611
Plan Gold	7.200.000	\$ 7.920.000	\$ 8.712.000	\$ 9.583.200	\$ 11.020.680	\$ 12.673.782	\$ 14.574.849	\$ 17.489.819	\$ 20.987.783	\$ 25.185.340	\$ 30.222.408	\$ 36.266.889
								\$	-			
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Proyeccion Ingresos	\$ 21.545.000	\$ 23.699.500	\$ 26.069.450	\$ 28.676.395	\$ 32.977.854	\$ 37.924.532	\$ 43.613.212	\$ 52.335.855	\$ 62.803.026	\$ 75.363.631	\$ 90.436.357	\$ 108.523.628

CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES

Los diferentes recursos que se necesitan para la conformación de nuestra marca y futura empresa se relacionan a continuación:

Inversiones Diferidas Iniciales			
Tramite	Precio		Adecuación de local
Marca Logotipo y Eslogan	925.000		\$ 2.783.127
Registro en la camara de comercio	220.000		
Autenticación notaria	6.900		
Formulario de registro	4.000		
Derecho de inscripción	31.000		
Matricula primer año	0		
Certificado de existencia 2	8.600		
Inscripción de los libros	10.300		
Solicitud de pre-Rut	0		
Los tramites ante la Dian	0		
Total	1.205.800		
Total	\$		3.988.927

Esta

inversión inicial se obtiene del aporte de cada socio por \$2.000.000.



Los recursos claves correspondientes a la inversión para la estructuración y desarrollo de la app y la empresa se encuentran relacionados a continuación:

INVERSIONES FIJAS			
Activo	precio	cantidad	total
Desarrollo de app	34.500.000	1	34.500.000
Impresora wifi epsob xp 241 con sistema de recarga	360.999	1	360.999
Tablero acrilico-corcho 40x60 cm mixto	40.000	1	40.000
Calculadora cientifica	32.900	4	131.600
Rejoj biometrico control de ingreso empresa huella y clave	198.300	1	198.300
Organizador de escritorio 5 cajones	256.000	4	1.024.000
Impresora Fotocopiadora ricoh mp 201	750.000	1	750.000
Reguladores de voltaje R2C - avr 1008 cdp	69.990	4	279.960
Telefos	29.000	4	116.000
Combo escritorio silla de oficina	285.000	4	1.140.000
Pantalla telon de proyecion manual 180*180 video beam	115.000	1	115.000
Led projector upgraded ptvwire multimedia home theater video beam	364.000	1	364.000
Computadores hp	1.245.500	4	4.982.000
Repartidor Amplificador de señal wifi router 300 mbps portable	39.500	1	39.500
Camilla de emergencia plastica, arnés, cuello, gancho, señal	149.900	1	149.900
Antena Rocketdish Rd - 5g34 Ubiquito 34 Dbi 5ghz Dual Pol	1.160.000	1	1.160.000
Planta electrica YAMAHA EF 2600 D	4.406.999	1	4.406.999
Servidor thinkserver Lenovo Rd 350 Procesador Es 2609 V4	10.350.000	1	10.350.000
Total			60.108.258

CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVES

A continuación, se encontrarán cada una de las actividades que se ejecutarán en NOVA FIIT para el beneficio y bienestar de cada uno de los usuarios.

Análisis de información – Indicadores físico:

NOVA FIT se encargarán del análisis de indicadores físicos registrados para establecer la adaptación al ejercicio y lograr una prescripción individualizadas adecuada de cada uno de los entrenados.

Análisis de información - Indicadores comerciales:

Por medio de estadísticas se establecerá el comportamiento mercantil de los clientes, así como la formulación, promoción y acceso a promociones dentro del mercado de la actividad física o el entrenamiento personalizado.

Evidencia legal de vínculos laborales – Red laboral:

Se proporcionará y realimentará una base de datos con las evidencias requeridas para establecer un vínculo laboral, que pueda ser presentado como argumento



legal. Esto protege a los nuestros dos perfiles de clientes (Trainers y entrenados) de incumplimientos al contrato u otras fallas que puedan ser penalizadas.

Asesoría Publicitaria:

NOVA FIT cuenta con el acompañamiento de un publicista que personaliza la información de todos los clientes y además puede ser contratado por tarines atreves del plan elite y gold para que establezca rasgos de identidad para que sus servicios sean presentado de manera más atractiva al público; esperando mejorar su registro de ventas.

APITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES

Se pretende genera asociaciones con entidades que puedan favorecer a los procesos de registro y análisis de información tanto comerciales como indicares físicos del entrenamiento.

Las asociaciones comerciales serán con instituciones educativas de nivel universitarios en el campo de la actividad física como la U. Santo Tomas, U. Militar, U. Inca, entre otras que permitan la divulgación de NOVA FIT como recurso indispensable para la actividad laboral como independientes de sus egresados.

Las asociaciones metodológicas serán con empresas como Polar para que por medio de sus herramientas tecnológicas se logren identificar aspectos fundamentales para determinar la adaptación a la carga de entrenamiento; como la frecuencia cardiaca (F.C), el gasto kilo-calórico (Kilocalorias) entre otros. Esta asociación será de carácter mercantil reciproco pero con gran influencia en los aspectos metodológicos del entrenamiento.

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

Para lograr que el proyecto surja y cubrir las inversiones iniciales para el desarrollo de la app y lo gastos operaciones fijos del primer mes se genera un préstamo con Bancolombia de \$82.793.026, que se encuentra detallado a continuación.

Se establece como un costo fijo pues el pago del mismo es través de cutas mensuales diferidas a 3 años:



ACREEDOR	FECHA EXPED.	MONTO	PLAZO	T. INTERES	MODALIDAD	#cuota	% TO PARCIAL	CUOTA	ABONO K	INTERES	SALDO K
BANCOLOMBIA	6/01/2020	82.793.026	3 AÑOS	2,58%	M.V.	1/36	6/02/2020	3.558.369	1.422.309	2.136.060	81.370.717
				2,58%	M.V.	2/36	7/03/2020	3.558.369	1.459.005	2.099.364	79.911.712
				2,58%	M.V.	3/36	8/04/2020	3.558.369	1.496.647	2.061.722	78.415.065
				2,58%	M.V.	4/36	6/05/2020	3.558.369	1.535.261	2.023.109	76.879.805
				2,58%	M.V.	5/36	7/06/2020	3.558.369	1.574.870	1.983.499	75.304.934
				2,58%	M.V.	6/36	8/07/2020	3.558.369	1.615.502	1.942.867	73.689.433
				2,58%	M.V.	7/36	6/08/2020	3.558.369	1.657.182	1.901.187	72.032.251
				2,58%	M.V.	8/36	7/09/2020	3.558.369	1.699.937	1.858.432	70.332.314
				2,58%	M.V.	9/36	8/10/2020	3.558.369	1.743.796	1.814.574	68.588.518
				2,58%	M.V.	10/36	6/11/2020	3.558.369	1.788.785	1.769.584	66.799.733
				2,58%	M.V.	11/36	7/12/2020	3.558.369	1.834.936	1.723.433	64.964.797
				2,58%	M.V.	12/36	8/01/2021	3.558.369	1.882.277	1.676.092	63.082.519
				2,58%	M.V.	13/36	6/02/2021	3.558.369	1.930.840	1.627.529	61.151.679
				2,58%	M.V.	14/36	7/03/2021	3.558.369	1.980.656	1.577.713	59.171.023
				2,58%	M.V.	15/36	8/04/2021	3.558.369	2.031.757	1.526.612	57.139.266
				2,58%	M.V.	16/36	8/05/2021	3.558.369	2.084.176	1.474.193	55.055.090
				2,58%	M.V.	17/36	6/06/2021	3.558.369	2.137.948	1.420.421	52.917.142
				2,58%	M.V.	18/36	7/07/2021	3.558.369	2.193.107	1.365.262	50.724.035
				2,58%	M.V.	19/36	8/08/2021	3.558.369	2.249.689	1.308.680	48.474.346
				2,58%	M.V.	20/36	8/09/2021	3.558.369	2.307.731	1.250.638	46.166.615
				2,58%	M.V.	21/36	6/10/2021	3.558.369	2.367.271	1.191.099	43.799.345
				2,58%	M.V.	22/36	7/11/2021	3.558.369	2.428.346	1.130.023	41.370.999
				2,58%	M.V.	23/36	8/12/2021	3.558.369	2.490.997	1.067.372	38.880.001
				2,58%	M.V.	24/36	8/01/2022	3.558.369	2.555.265	1.003.104	36.324.736
				2,58%	M.V.	25/36	6/02/2022	3.558.369	2.621.191	937.178	33.703.545
				2,58%	M.V.	26/36	7/03/2022	3.558.369	2.688.818	869.551	31.014.727
				2,58%	M.V.	27/36	8/04/2022	3.558.369	2.758.189	800.180	28.256.538
				2,58%	M.V.	28/36	8/05/2022	3.558.369	2.829.351	729.019	25.427.188
				2,58%	M.V.	29/36	6/06/2022	3.558.369	2.902.348	656.021	22.524.840
				2,58%	M.V.	30/36	7/07/2022	3.558.369	2.977.228	581.141	19.547.611
				2,58%	M.V.	31/36	8/08/2022	3.558.369	3.054.041	504.328	16.493.571
				2,58%	M.V.	32/36	8/09/2022	3.558.369	3.132.835	425.534	13.360.736
				2,58%	M.V.	33/36	6/10/2022	3.558.369	3.213.662	344.707	10.147.073
				2,58%	M.V.	34/36	6/11/2022	3.558.369	3.296.575	261.794	6.850.499
				2,58%	M.V.	35/36	8/12/2022	3.558.369	3.381.626	176.743	3.468.872
				2,58%	M.V.	36/36	8/01/2023	3.558.369	3.468.872	89.497	0



A continuación, se relaciona el detalle del gasto fijo de nómina por mes:

Nomina

FORMATO LIQUIDACIÓN MANO DE OBRA					
SALARIO M.M.L.V	\$877.803				
SUBSIDIO TRANSPORTE	\$102.854				
DOTACIÓN	\$ -				
CARGO	SUELDO	CANTIDAD EMPLEADOS	TOTAL SUELDO	SUBSIDIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO
PROJECT MANAGER	\$2.000.000	1	\$2.000.000	\$0	\$2.000.000
D. MARKETING Y COMUNICACIONES	\$1.700.000	1	\$1.700.000	\$102.854	\$1.802.854
D. FINANCIERO	\$2.000.000	1	\$2.000.000	\$0	\$2.000.000
TECNICO MANTENIMIENTO	\$1.200.000	1	\$1.200.000	\$102.854	\$1.302.854
SECRETARIA	\$877.803	1	\$877.803	\$102.854	\$980.657

						CAJACOMPEN			4%			
						Sena			2%			
						ICBF			3%			
						EPS			8,50%			
						PENSION			12%			
						Arl			0,522%			
PRESTACIONES SOCIALES					PARAFISCALES							
CESANTIAS	PRIMA LEGAL	VACACIONES	INTERESES CESANTIAS	TOTAL PRESTACIONES	APROPIACIONES							
					CAJA COMPEN	SENA	ICBF	SALUD	PENSION	ARL	TOTAL PARA FISCALES Y APROPIACIONES	TOTAL
\$166.667	\$166.667	\$83.333	\$1.667	\$418.333	\$80.000	\$40.000	\$60.000	\$170.000	\$240.000	\$10.440	\$600.440	\$3.018.773
\$150.238	\$150.238	\$70.833	\$1.502	\$372.811	\$68.000	\$34.000	\$51.000	\$144.500	\$204.000	\$8.874	\$510.374	\$2.686.039
\$166.667	\$166.667	\$83.333	\$1.667	\$418.333	\$80.000	\$40.000	\$60.000	\$170.000	\$240.000	\$10.440	\$600.440	\$3.018.773
\$108.571	\$108.571	\$50.000	\$1.086	\$268.228	\$48.000	\$24.000	\$36.000	\$102.000	\$144.000	\$6.264	\$360.264	\$1.931.346
\$81.721	\$81.721	\$36.575	\$817	\$200.835	\$35.112	\$17.556	\$26.334	\$74.613	\$105.336	\$4.582	\$263.534	\$1.445.026
												\$12.099.958



En la siguiente tabla se relaciona todos los gastos fijos mes a mes:

Gastos mensuales													
		enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
Arriendo		\$ 900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000
Luz		\$ 350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000
Agua		\$ 92.742	92.742	92.742	92.742	92.742	92.742	92.742	92.742	92.742	92.742	92.742	92.742
Internet y telefonía		\$ 380.000	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000
Papelería		\$ 168.577	168.577	168.577	168.577	168.577	168.577	168.577	168.577	168.577	168.577	168.577	168.577
Mantenimiento de app		\$ 2.957.600		-		2.957.600				2.957.600		-	
Nomina		\$ 12.099.958	12.099.958	12.099.958	12.099.958	12.099.958	12.099.958	12.099.958	12.099.958	12.099.958	12.099.958	12.099.958	12.099.958
Insumo de aseo		\$ 92.000	92.000	92.000	92.000	92.000	92.000	92.000	92.000	92.000	92.000	92.000	92.000
Comisiones ventas	2%	\$ 381.600	\$ 381.600	\$ 381.600	\$ 381.600	\$ 381.600	\$ 381.600	\$ 381.600	\$ 381.600	\$ 381.600	\$ 381.600	\$ 381.600	\$ 381.600
Cuota del credito		\$ 3.558.369	\$ 3.558.369	\$ 3.558.369	\$ 3.558.369	\$ 3.558.369	\$ 3.558.369	\$ 3.558.369	\$ 3.558.369	\$ 3.558.369	\$ 3.558.369	\$ 3.558.369	\$ 3.558.369
Insumo de cafeteria		\$ 170.000	170.000	170.000	170.000	170.000	170.000	170.000	170.000	170.000	170.000	170.000	170.000
App Stores	anual	\$ 323.730											
Extintor Abc multiproposito 10 libras, señal, ganch		\$ 67.800											
Imprevistos	5%	\$ 1.077.119	\$ 909.662	\$ 909.662	\$ 909.662	\$ 1.057.542	\$ 909.662	\$ 909.662	\$ 909.662	\$ 1.057.542	\$ 909.662	\$ 909.662	\$ 909.662
Total		22.619.495	19.102.908	19.102.908	19.102.908	22.208.388	19.102.908	19.102.908	19.102.908	22.208.388	19.102.908	19.102.908	19.102.908



CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO

Nova fit logra tener un impacto en diferentes niveles, los cuales son expuestos a continuación:

- **IMPACTO SOCIAL:**

Nuestro proyecto tiene como objetivo contribuir favorablemente en la economía de profesionales que se encuentran desempleados cuando recién se gradúan. Al cumplir los requisitos profesionales nuestra empresa promueve su desarrollo laboral inmediato de forma independiente. Esto también incentiva al emprendimiento. Para el grupo poblacional de entrenado/usuario es nuestra meta es ver que todos sus procesos estén a la altura pedagógica con impacto positivo en su calidad de vida.

Además de esta rentabilidad comercial, con la estimulación de la red laboral se quiere genera un impacto positivo bajando la tasa global de desempleo la cual se refiere al porcentaje de trabajadores inactivos (para este caso entrenadores personalizados). También se espera poder ser un ente regulador en Colombia de las disposiciones comerciales de este mercado (precios, servicio, etc.).

- **IMPACTO ECONOMICO**

Teniendo en cuenta nuestras proyecciones de venta, las inversiones y gastos fijos mensuales logramos determinar un balance que permita reconocer el impacto por medio de la utilidad generada. Esto se presenta en la siguiente tabla:



BALANCE PRIMER AÑO												
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
ventas	\$ 21.545.000	\$ 23.699.500	\$ 26.069.450	\$ 28.676.395	\$ 32.977.854	\$ 37.924.532	\$ 43.613.212	\$ 52.335.855	\$ 62.803.026	\$ 75.363.631	\$ 90.436.357	\$ 108.523.628
Gastos operacionales	22.640.241	19.123.655	19.123.655	19.123.655	22.229.135	19.123.655	19.123.655	19.123.655	22.229.135	19.123.655	19.123.655	19.123.655
Utilidad Operacionales ante de imp -	1.095.241	4.575.845	6.945.795	9.552.740	10.748.720	18.800.878	24.489.557	33.212.200	40.573.891	56.239.976	71.312.702	89.399.974
IMPUESTOS 33% -	361.430	1.510.029	2.292.112	3.152.404	3.547.077	6.204.290	8.081.554	10.960.026	13.389.384	18.559.192	23.533.192	29.501.991
UTILIDAD	\$1.456.671	\$3.065.816	\$4.653.683	\$6.400.336	\$7.201.642	\$12.596.588	\$16.408.004	\$22.252.174	\$27.184.507	\$37.680.784	\$47.779.510	\$59.897.982

Realizando el análisis con base a esta proyección de balance anual se puede establecer que logrando las proyecciones de venta para el mes de septiembre recuperaríamos toda la inversión económica realizada en el proyecto.

Determinamos entonces también el punto de equilibrio de la empresa, en cuestión de ventas:

PUNTO DE EQUILIBRIO				
SERVICIO	PV PROMEDIO	COSTO VARIABLE	MARGEN	UNI. PROMEDIO VENTA
Plan Basico (Desca	\$ 131.725	\$ -	\$ 131.725	\$ 45
Plan Medio				
Plan Elite				
Plan Gold				
	131.725		131.725	45
Punto Equilibrio	22.640.241	172	Unidades a vender	
	131.725			

Determinando la cantidad de planes a vender (172) para alcanzar la estabilidad financiera de NOVA FIT se puede establecer que para el mes de mayo se



encontraría el punto de equilibrio. Todo esto es determinado por el cumplimiento de objetivos en las proyecciones de venta.

IMPACTO TECNOLÓGICO

NOVA FIT espera ser un ejemplo de interacción y colaboración entre el campo de la actividad física y las diferentes tecnologías desarrolladas. Esta interacción espera motivar diferentes procesos de investigación y adaptación que permitan no solo una colaboración entre sus procesos sino un posible desarrollo teórico y práctico del quehacer profesional de los profesionales de la actividad física.

LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Rodríguez Fuentes, J. (2017). *Propuesta normativa para aplicaciones móviles en Colombia: derechos y deberes de actores involucrados en la creación y gestión de aplicaciones nativas*. Bogotá D. C. Base de datos CRAI Usta Consultado de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/4131/Rodr%c3%adgu%20ezjuan2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gómez Galán, J. (2008). *Internet y la palabra: un nuevo paradigma comunicativo en la cultura y la educación del siglo XXI*. Universidad de Extremadura. Tomado de https://www.researchgate.net/publication/310606564_Internet_y_la_Palabra_Un_Nuevo_Paradigma_Comunicativo_en_la_Cultura_y_la_Educacion_del_Siglo_XXI
- Reyes, N. & Ochoa, N. (2018). Ejercicio profesional del entrenador deportivo en Colombia respecto del derecho comparado e internacional. *Revista digital: Actividad Física y Deporte*, 4(1). Recuperado de <https://repository.udca.edu.co/bitstream/11158/3114/1/414-Texto%20del%20art%C3%ADculo-690-1-10-20180221.pdf>:
- UNIVERSIDAD SANTO TOMAS. Política curricular programas académicos. Bogotá D.C.: Universidad Santo Tomás. 2004. [Citado el 24 de abril del 2020]. Disponible en internet <www.usta.edu.co>
- Estadísticas dispuestas en la página web oficial BBC New. Artículo: *3 gráficos que muestran cuánto ejercicio se hace en el mundo y América Latina (y cuánto deberías hacer tú)* (2018): información recuperada el 5 de Mayo del 2020: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45434053>

